



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

# **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Ishlah Cabang Arjawinangun**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Syariah (S. Sy)  
Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam Fakultas Syariah**



**SUBROTO**  
**NIM : 59320128**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SYEKH NURJATI  
CIREBON  
2013 M/ 1434 H**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## ABSTRAKSI

**Subroto : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Ishlah Cabang Arjawinangun**

Keberadaan BMT sebagai penyedia jasa keuangan syariah yang terbilang masih baru belum mendapatkan respon yang antusias dari masyarakat. Padahal kebutuhan masyarakat terhadap produk lembaga keuangan khususnya dalam kategori produk pembiayaan cukup tinggi. Salah satu BMT yang sedang berkembang saat ini ialah BMT Al-Ishlah cabang Arjawinangun yang baru mulai beroperasi pada awal tahun 2012 yang lalu. Sebagai lembaga keuangan yang profesional, BMT harus mampu bersaing dengan penyedia jasa keuangan lain seperti Bank, Koperasi, Pegadaian, *leasing*, bahkan rentenir. Oleh karena itu, untuk meningkatkan jumlah nasabah BMT, diperlukan sebuah strategi yang tepat agar BMT terus bisa mempertahankan eksistensinya sebagai pelaku jasa keuangan syariah. Di mana pada dasarnya jumlah nasabah menggambarkan angka minat dari sebuah lembaga keuangan.

Jenis masalah yang dibahas dalam skripsi ini adalah tentang minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Ishlah cabang Arjawinangun yang belum begitu tinggi. Berdasarkan jenis masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian yang diajukan adalah faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Ishlah cabang Arjawinangun. Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggali faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Ishlah cabang Arjawinangun.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun data-data dikumpulkan dengan menggunakan triangulasi atau penggabungan beberapa teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, penyebaran angket, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, data diperoleh dari 15 orang nasabah yang menjadi narasumber. Sedangkan teknik analisis data dilakukan menggunakan teknik yang diperkenalkan oleh Miles dan Huberman di mana langkah-langkahnya terdiri dari *data reduction* (mereduksi data), *data display* (menyajikan data), dan *conclusion* (penarikan kesimpulan).

Hasil yang diperoleh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah meliputi persepsi terhadap kualitas produk, persepsi terhadap tempat, kualitas pelayanan, dan dorongan individu.

Kata kunci: minat, pembiayaan, *murabahah*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## PENGESAHAN

Skripsi ini dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Ishlah Cabang Arjawinangun” oleh Subroto, NIM: 59321028, telah diajukan dalam sidang munaqasyah IAIN Syekh Nurjati Cirebon pada hari Jum’at, tanggal 28 Juni 2013.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana syariah (S. Sy) Fakultas Syariah Jurusan Ekonomi Perbankan Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 28 Juni 2013

Sidang Munaqasyah,

Ketua Merangkap Anggota,



**Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag**  
**NIP. 19750601 200501 1 008**

Sekretaris Merangkap Anggota,

**Nursyamsudin, M. A**  
**NIP. 19710816 200312 1 002**

Anggota,

Penguji I

**Alvien Septian Haerisma, SEL, MSI**  
**NIP. 19800912 200604 1 001**

Penguji II

**Sri Rokhmawati, M. Si**  
**NIP. 19730806 299903 2 001**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Alhamdulillah*, Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, atas nikmat dan karunia-Nya yang senantiasa tercurah kepada kita semua, Shalawat serta salam semoga selalu senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, pengikut dan seluruh umatnya sampai hari akhir kelak.

Berkenaan dengan selesainya skripsi ini, yang berjudul “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Ishlah Cabang Arjawinangun*”, Tidak bisa dipungkiri adanya pihak-pihak yang berperan penting yang senantiasa membantu, mendorong, mendidik dan membimbing sampai dengan penulisan selesai.

Oleh karenanya, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Maksum Mochtar, MA, selaku rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Achmad Kholiq, MA, selaku Dekan fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Ibu Sri Rokhlinasari, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam (MEPI) fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak Drs. Amir, M.Ag, selaku dosen pembimbing I dalam rangka penyusunan skripsi penulis.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

5. Ibu Diana Djuwita, MM., selaku dosen pembimbing II dalam rangka penyusunan skripsi penulis.
6. Kepada kedua Orang Tua yang senantiasa mendoakan dengan seikhlas dan setulus hati serta memberikan semangat moril maupun materil.
7. Para Staf dan Karyawan Fakultas Syariah, yang senantiasa membantu mempermudah administratif penulis dalam masa perkuliahan.
8. Seluruh Dosen pengampu mata kuliah pada jurusan MEPI fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
9. Teman-teman seperjuangan, MEPI-1 dan Seluruh civitas akademika IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
10. Bapak Iik Kusairi, selaku pimpinan cabang BMT Al-Ishlah Cabang Arjawinangun serta Seluruh staf Karyawan BMT Al-Ishlah cabang Arjawinangun, terimakasih atas izin dan bantuan kerjasamanya dalam penelitian ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Pada akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan dan penulisan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan, sehingga saran dan kritik yang konstruktif sangat diharapkan oleh penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Cirebon, Juni 2013

**Penulis**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAKSI</b> .....	i
<b>PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>NOTA DINAS</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN OTENTISITAS</b> .....	v
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	vi
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR DAN TABEL</b> .....	xii
<b>PEDOMAN TRANSELITASI ARAB-INDONESIA</b> .....	xiv
<b>BAB 1     PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Kegunaan Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Minat Nasabah.....	10
B. Pembiayaan Murabahah .....	12
C. BMT .....	25
D. Teori Perilaku Konsumen.....	26
E. Teori Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	36
F. Penelitian Terdahulu.....	44
G. Kerangka Pemikiran .....	47



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek Penelitian .....	50
B. Tempat Penelitian.....	50
C. Jenis Penelitian .....	50
D. Pendekatan Penelitian.....	51
E. Populasi dan Sampel.....	51
F. Teknik Pengumpulan Data .....	52
G. Teknik Analisis Data .....	54

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi Objektif Tempat Penelitian .....	59
B. Penerapan Pembiayaan <i>Murabahah</i> pada BMT Al-Ishlah Cabang Arjawinangun .....	64
C. Gambaran Mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan <i>Murabahah</i> pada BMT Al-Ishlah Cabang Arjawinangun .....	69
D. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan <i>Murabahah</i> pada BMT Al-Ishlah Cabang Arjawinangun .....	75
E. Analisis Ekonomi .....	93

### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	96
B. Saran .....	97

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, keberadaan *Baitul Maal Wat-Tamwil* (BMT) turut andil dalam meramaikan industri jasa keuangan syariah. Mengacu pada Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian dan juga Keputusan Menteri No.91/Kep/M.KUKM/IX/2004 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Jasa Keuangan Syariah yaitu *Baitul Maal wat-Tamwil*, BMT terus menunjukkan eksistensinya sebagai Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang mempunyai ruang lingkup mikro. BMT menjalankan fungsinya sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat melalui produk yang mereka tawarkan, dengan prioritas para pelaku usaha mikro. Di Jawa Barat sendiri, sampai dengan Desember 2012 sudah tercatat lebih dari 600 BMT yang aktif dalam melayani masyarakat yang membutuhkan jasa keuangan mikro, yang pada akhirnya dapat berfungsi sebagai penggerak ekonomi masyarakat, terutama kalangan menengah ke bawah yang notabene kesulitan dalam hal permodalan<sup>1</sup>.

Sesungguhnya BMT merupakan potensi penggerak ekonomi yang cukup signifikan<sup>2</sup>. Hal itu disebabkan, secara konsisten BMT akan diarahkan untuk

---

<sup>1</sup> Ery Khaeriyah, *Skripsi; Pengaruh Produk Murabahah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT El Syariah Kedawung*, (Cirebon: IAIN Press, 2012), hlm. 1

<sup>2</sup> Engkos Sadrah, *BMT dan Bank Islam; Instrumen Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), hlm. 16





membina usaha kecil yang lahir dan tumbuh dari kalangan masyarakat menengah ke bawah, khususnya pada masyarakat pedesaan. Meskipun, sampai saat ini, kehadiran BMT belum dapat memberikan sumbangan yang signifikan bagi pertumbuhan usaha kecil-menengah sebagaimana yang diharapkan<sup>3</sup>.

Keberadaan BMT diharapkan tidak saja hanya memberikan layanan jasa keuangan bagi masyarakat kecil, melainkan juga turut andil dalam upaya pemberdayaan masyarakat dan pengentasan kemiskinan. Dengan adanya BMT, setidaknya membawa angin segar bagi para pelaku usaha mikro maupun kecil yang mayoritas terkendala pada sisi permodalan. Karena secara fungsional layanan jasa keuangan yang dijalankan oleh BMT bergerak pada sektor mikro. Oleh karenanya, BMT bisa dikatakan sebagai penggerak ekonomi umat<sup>4</sup>. Dan untuk dapat merealisasikan hal tersebut, setidaknya lembaga tersebut hendaknya bersifat mengandung perkembangan dalam dirinya<sup>5</sup>.

Dibandingkan dengan lembaga keuangan perbankan, BMT terbilang masih sangat balita dalam hal operasionalnya, ia masih mempunyai banyak kelemahan-kelemahan yang tentu menghambat pertumbuhan BMT itu sendiri. Kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh BMT pada dasarnya berkisar pada lemahnya sumber daya manusia, manajemen, fasilitas, servis, permodalan, dan lain-lain<sup>6</sup>. Dengan

<sup>3</sup> Ery Khaeriyah, *op. cit.*, hlm. 2

<sup>4</sup> Engkos Sadrah, *op. cit.*, hlm. 81

<sup>5</sup> Bambang Setiaji dan Samian, *Pengembangan Kredit Usaha Kecil, Kasus Kredit Becak dan Gaduh Kambing di Rembang dan Masjid Ar-Rahman Surakarta*. Dalam Imam Hanafi, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan Pada BMT Amratani Utama Yogyakarta*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga press, 2007), hlm. 4

<sup>6</sup> Engkos Sadrah, *loc. cit.*, hlm. 82



adanya kelemahan-kelemahan tersebut, pada akhirnya berimbas pada rendahnya pertumbuhan BMT sebagai lembaga penggerak ekonomi umat.

Pertumbuhan suatu lembaga keuangan secara umum dapat dilihat dari perkembangan jumlah nasabahnya. Sedangkan jumlah nasabah pada dasarnya dapat menggambarkan besaran angka minat masyarakat terhadap produk dari suatu lembaga keuangan. Di mana semakin banyak nasabah, mengindikasikan bahwa minat masyarakat untuk menjadi nasabah di sebuah lembaga keuangan tersebut semakin tinggi. Dan sebaliknya, semakin sedikit jumlah nasabah suatu lembaga keuangan, maka minat masyarakat (nasabah) pun rendah. Asumsi ini berlandaskan pada pendapat yang dikemukakan oleh Gale, di mana persepsi konsumen terhadap nilai atas kualitas yang ditawarkan relatif lebih tinggi dari pesaing akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen, semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan/transaksi<sup>7</sup>.

Berdasarkan data hasil wawancara yang pernah dilakukan terhadap 20 orang pelaku usaha mikro yang tersebar di Kec. Arjawinangun. Dari 20 orang tersebut, 12 di antaranya atau 60% menyatakan bahwa mereka tidak terlalu mengharapkan bantuan permodalan dari lembaga keuangan seperti Bank, Koperasi, BMT atau pun lainnya. Meskipun mereka mengatakan tambahan modal usaha itu diperlukan untuk mengembangkan usaha, hanya saja mereka tidak mengajukan pembiayaan

<sup>7</sup> Alida Palilati, *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan*, (Sulawesi: Universitas Haluoleo press, 2007), hlm. 74



ke lembaga-lembaga tersebut. Mereka menambahkan, mereka lebih memilih meminjam kepada kerabat dekat saja. Bahkan banyak juga dari mereka yang meminjam kepada rentenir. Fakta tersebut menunjukkan bahwa antusiasme masyarakat belum begitu besar terhadap kehadiran BMT sebagai lembaga penyedia jasa keuangan syariah. Dan juga menunjukkan bahwa maraknya praktek rentenir di dalam masyarakat belum teratasi.

Masih rendahnya minat masyarakat terhadap produk lembaga keuangan syariah, khususnya di BMT dipengaruhi oleh banyak faktor. Oleh karenanya, untuk menumbuhkan minat masyarakat tidak lain adalah dengan mengetahui dan memahami perilaku masyarakat sebagai konsumen, sehingga diperoleh gambaran umum mengenai lembaga serta produk seperti apa yang sebenarnya diinginkan oleh masyarakat sebagai konsumen. Perilaku konsumen merupakan respon psikologis yang kompleks yang muncul dalam bentuk perilaku/tindakan yang khas secara perseorangan yang langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan produk, dan menentukan pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk, termasuk melakukan pembelian ulang.

Kesuksesan dalam bisnis terletak pada kemampuan menciptakan dan mempertahankan pelanggan dengan cara menghasilkan dan menyampaikan produk yang bersesuaian dengan keinginan dan perilaku konsumen pada harga yang layak (*reasonable*). Oleh karena itu, setiap *marketer* harus berupaya memahami perilaku konsumen. Karena kelangsungan hidup perusahaan sangat ditentukan oleh konsumen atau pelanggan. Melalui pemahaman perilaku konsumen secara



mendalam, *marketer* dapat menyusun strategi dan program pemasaran yang tepat untuk memanfaatkan setiap peluang yang ada secara optimal untuk menghasilkan laba di atas para pesaingnya<sup>8</sup>.

Mempelajari minat nasabah juga sangat membantu manajer dalam merencanakan sebuah strategi untuk menghadapi persaingan. Dengan memutuskan sebuah langkah strategik yang tepat, karena pada dasarnya minat merupakan rangkaian pola perilaku konsumen yang secara konstan dapat diprediksikan<sup>9</sup>. Manajer di bidang jasa perlu memperhatikan perkembangan-perkembangan dan tantangan-tantangan yang harus di hadapinya, seperti penemuan baru di bidang teknologi, perubahan-perubahan masyarakat, skala ekonomi, lingkup ekonomi, dan lain sebagainya<sup>10</sup>.

Salah satu BMT yang sedang berkembang adalah BMT Al-Ishlah cabang Arjawinangun. BMT ini merupakan anak cabang BMT Al-Ishlah yang merupakan unit usaha dari KOPONTREN Al-Ishlah Bobos. Seperti kebanyakan BMT, BMT Al-Ishlah cabang Arjawinangun masih belum familiar bagi kebanyakan masyarakat di daerah Arjawinangun yang mana merupakan wilayah kerja mereka. Sehingga, minat nasabah terhadap produk-produk yang ditawarkan BMT pun belum begitu tinggi. Terutama pada produk pembiayaan yang masih belum bisa menandingi Bank ataupun para rentenir. Rata-rata mereka tergiur untuk meminjam ke rentenir karena proses yang tidak berbelit-belit dan kebutuhan dana yang

<sup>8</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 14

<sup>9</sup> Paul C. Cozby, *Method In Behavioral Research*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm 136

<sup>10</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa (Pendekatan Terpadu)*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), hlm. 9

mendesak. Sedangkan yang lainnya menuturkan bahwa mereka hanya mengenal istilah Bank saja yang menjadi tempat untuk meminjam dana. Adapun lembaga keuangan lain termasuk di dalamnya adalah BMT belum mereka kenal.

Berdasarkan uraian di atas, BMT Al-Ishlah masih mempunyai potensi meraih pasar yang lebih luas dengan memperhatikan aspek penting seperti perilaku nasabah sebagai konsumen. Sehingga angka pertumbuhan jumlah nasabah pembiayaan di BMT ini diharapkan bisa mengalami kenaikan secara signifikan. Untuk itu, peneliti menganggap perlu diadakannya penelitian untuk menjawab permasalahan tersebut dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Ishlah Cabang Arjawinangun”**.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah penelitian sebagai berikut:

1. Minat pelaku usaha mikro (khususnya di Kec. Arjawinangun) terhadap produk pembiayaan lembaga keuangan (Bank, BMT, dll) masih cukup rendah.
2. Masyarakat cenderung lebih suka meminjam uang kepada rentenir.
3. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih dan menggunakan produk pembiayaan.







### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka *problem statement* dalam penelitian ini yaitu adanya indikasi faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih dan menggunakan sebuah produk pembiayaan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Ishlah cabang Arjawinangun?

### D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murabahah* pada BMT Al-Ishlah cabang Arjawinangun.

### E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna baik untuk kemajuan keilmuan maupun praktis. Adapun kegunaan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1. Kegunaan Ilmiah

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya khasanah keilmuan dan dapat menambah wawasan pengetahuan peneliti.
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murabahah* di sebuah lembaga keuangan tertentu. Di mana pada dasarnya mempelajari minat akan membawa dampak

positif sebuah perusahaan khususnya sebagai bahan pertimbangan keputusan strategik mereka.

- c. Penulisan hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai salah satu bentuk atau wujud nyata penerapan tugas dan fungsi perguruan tinggi, khususnya IAIN Syekh Nurjati Cirebon, yakni *Tri Darma Perguruan Tinggi*, bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ekonomi perbankan syariah.

## 2. Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Ekonomi Islam mengenai Manajemen Lembaga Keuangan Syariah.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak BMT Al-Ishlah Arjawinangun dalam menarik minat nasabah untuk melakukan pembiayaan di tempat tersebut dan dapat meningkatkan jumlah nasabahnya.
- c. Penulisan ini diharapkan dapat dijadikan pedoman atau referensi bagi para pelaku jasa keuangan syariah, khususnya bagi BMT Al-Ishlah cabang Arjawinangun agar manajemen yang dilaksanakan bisa lebih baik lagi ke depannya.





## F. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran lebih jelas mengenai arah skripsi ini, maka secara global sistematika dalam penulisan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, yang berisikan mengenai uraian permasalahan penelitian, meliputi: Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka, bab ini berisikan tentang teori umum mengenai Minat Nasabah, Pembiayaan Murabahah, BMT, Teori Perilaku Konsumen, Teori Bauran Pemasaran (*marketing mix*), serta beberapa penelitian terdahulu terkait masalah penelitian dalam tulisan ini, dan kerangka Berpikir.

Bab III Metodologi Penelitian, bab ini berisi tentang Objek Penelitian, Tempat Penelitian, Jenis Penelitian, Pendekatan Penelitian, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, dalam bab ini diuraikan mengenai Hasil Penelitian dan Pembahasan Hasil Penelitian, yang meliputi kondisi objektif tempat penelitian, penerapan pembiayaan di BMT Al-Ishlah cabang Arjawinangun, Gambaran Mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Ishlah Cabang Arjawinangun, dan Analisis terhadap Faktor-Faktor tersebut.

Bab V Penutup, berisikan Kesimpulan dan Saran-saran. Dan penulisan penelitian ini diakhiri dengan Daftar Pustaka dan Lampiran-lampiran.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.  
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin. 2008. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani
- Chandra Kusumaningrat, Elang Bagoes, 2010. *Pengaruh Kinerja Unit Pelayanan Nasabah Terhadap Minat Nasabah*. Cirebon: IAIN Press
- Cozby, Paul C. 2009. *Method In Behavioral Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dasrini. 2008. *Pengaruh Penerapan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Di BRI Syariah Cabang Cirebon*. Cirebon: STAIN Press
- Ginting, Nenbah F. Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yarama Widya
- Hanafi, Imam. 2007. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan Pada BMT Amratani Utama Yogyakarta*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga press
- Hartoyo, Juhar. 2007. Strategi Manajemen Kredit dan Hubungannya dengan Minat Nasabah (Penelitian pada PD. Bank Perkreditan Rakyat Susukan Kab. Cirebon). Cirebon: STAIN Press
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Huda, Nurul dan Mohamad Heykal. 2010. *Lembaga Keuangan Syariah; Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana Persada Media Group
- Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa (Pendekatan Terpadu)*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Karim, Adi Warman. 2010. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Kennedy, John E. 2008. *Simple Clear Economic*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer
- Khaeriyah, Ery. 2012. *Skripsi; Pengaruh Produk Murabahah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT El Syariah Kedawung*. Cirebon: IAIN Press



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Ningsih, Gina Fitriyah. 2012. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Jumlah Nasabah di BMT Islamic Center Cirebon*. Cirebon: IAIN Press
- Palilati, Alida. 2007. *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan*. Sulawesi: Universitas Haluoleo press
- Riduwan. 2012. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta
- Rivai, Veithzal dan Andria Permata Veithzal. 2008. *Islamic Financial Management*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Rodoni, Ahmad dan Abdul Hamid. 2008. *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim
- Sadrah, Engkos. 2004. *BMT dan Bank Islam; Instrumen Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy
- Shaleh, Abdul Rahman. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Tim Penyusun. 2006. *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI*. Jakarta: DSN MUI- Bank Indonesia
- Usman, Habby. 2009. *Hubungan Persepsi Mahasiswa Terhadap Bank Syariah dengan Minat Mahasiswa Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon)*. Cirebon: STAIN Press
- Yazid. 2003. *Pemasaran Jasa edisi 2*. Yogyakarta: Ekonosia
- Yusuf, Ayus Ahmad dan Abdul Aziz. 2009. *Manajemen Operasional Bank Syariah*. Cirebon: STAIN Press